

5 Reflexiones sobre la Inteligencia artificial y las MIPYMES.

Cuando me invitaron a escribir un artículo sobre el tema "IA para MIPyMEs en México", mi primera reflexión fue cuestionar a qué tipo de "MIPYMES" nos referimos. Para aclarar este punto, me gustaría proporcionar algunos datos:

Primero.- ¿A que tipo de MIPYMES nos referimos? Según datos de la Encuesta Nacional de Productividad y competitividad de la Micro, pequeñas y medianas empresas realizada por el INEGI, en México existen 4.1 millones de unidades económicas clasificadas como MIPYMES. De estas, el 95.4% son de tamaño micro, el 3.5% son pequeñas y el 0.08% son medianas empresas. El 43% de estas unidades se dedican al comercio, el 42% a los servicios, y solo el 11% son unidades de negocio dedicadas a las manufacturas.

En el contexto de las MIPYMES, predominan las empresas enfocadas en el comercio y los servicios, como abarrotes, farmacias, estéticas y papelerías, con ventas anuales de hasta 4 millones de pesos, aunque en su mayoría se encuentran lejos de alcanzar esta cifra.

Es relevante destacar que el 65% de las microempresas, es decir, más de 2.5 millones, operan en la informalidad. Además, en México, solo el 10% de las MIPYMES tienen acceso a tecnologías de información.

Segundo.- ¿Para que necesitarían las MIPYMES la inteligencia artificial?

Durante los años 2013 al 2018, el gobierno federal por conducto del Instituto Nacional del Emprendedor, se implementó un programa con el propósito de proporcionar a las MIPYMES herramientas para aprovechar las tecnologías de información, ofreciéndoles tanto software como hardware. ¿Cuál fue el resultado? ¿Lograron volverse más competitivas? ¿Experimentaron un crecimiento notable? No, lamentablemente, nada de eso ocurrió; no se observó ningún impacto significativo. Incluso, algunos mal utilizaron los recursos, destinando las tabletas para fines personales en lugar de su aplicación empresarial.

Afortunadamente, el acceso a las tecnologías se ha acelerado después de la pandemia, y cada vez más empresas cuentan con teléfonos celulares, lo que facilita el uso de aplicaciones y ciertas tecnologías, principalmente destinadas al comercio electrónico. Sin embargo, estas herramientas no se emplean plenamente para la inteligencia de datos, la toma de decisiones o para abordar problemas y necesidades fundamentales de la empresa, como pueden ser aspectos básicos como inventarios, finanzas, procesos, ventas y nuevos desarrollos, por mencionar algunos.

Tercero. -¿Se ha hecho lo suficiente?

No, lo realizado hasta ahora no es suficiente. El simple uso empírico de un teléfono para acceder de manera básica a herramientas de inteligencia artificial no satisface las necesidades de una microempresa. Sin embargo, antes de abordar temas como inteligencia artificial y otras tecnologías avanzadas, es crucial identificar y caracterizar a las empresas, comprender sus necesidades, alcances y, sobre todo, los recursos disponibles. No se puede equiparar de la misma manera a una microempresa en la Ciudad de México que a una en Cochoapa el Grande, Guerrero, ya que, desde el inicio, el acceso a servicios de internet y comunicación difiere considerablemente. Lo mismo

ocurre al comparar una microempresa con una mediana empresa; no podemos agruparlas y hablar de ellas en un mismo conjunto como si fueran entidades homogéneas.

Además, el acceso al talento humano y al desarrollo de herramientas y conocimientos también varía significativamente. Si no contamos con los recursos técnicos y humanos adecuados para las actividades básicas de una unidad económica, surge la pregunta: ¿realmente necesitamos inteligencia artificial en este contexto?

Cuarto.- ¿Para quiénes resulta más viable la implementación de la Inteligencia Artificial?

No obstante, al referirnos a las empresas medianas, ese 0.08%, equivalente a 328,000 empresas, que posiblemente albergue el 5% de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) dedicadas a la exportación. Para este grupo, resulta imperativo invertir en su formación y avance, no solo en el ámbito de la Inteligencia Artificial, sino también en la adopción de todos los sistemas y tecnologías emergentes que les permitan mejorar su competitividad y continuar su proceso de expansión.

Quinto.- ¿En qué actividades la IA aportaría valor a las empresas?

Más que la incorporación y adopción de la inteligencia artificial (IA) -expresión que se se ha vuelto tan común- los espacios reales en “Deep Tech” están siendo ocupados por “Machine Learning” y “Ciencia de Datos” para conocer el comportamiento del usuario; así lo vemos cuando se ultizan asistentes virtuales como "Alexa" o el uso de Google Maps, que proporciona en tiempo real la mejor ruta para llegar a un destino, incluso alertando sobre accidentes y radares. Esta funcionalidad marca una notable diferencia al facilitar la gestión eficiente del tiempo. Antes de profundizar en la IA, es pertinente abordar otras soluciones tecnológicas de gran importancia para las operaciones empresariales. Entre otros se requieren:

1.- **SISTEMAS DE INFORMACIÓN.** - que estandaricen, controlen y, sobre todo, generen información crucial para la dirección, abarcando aspectos como tiempos, movimientos, frecuencias y costos. Por ejemplo, en el caso de una empresa que exporta a diversas partes del mundo, resulta esencial contar con un sistema que asegure la seguridad de las operaciones, genere informes relevantes para la toma de decisiones y contribuya al diseño de estrategias.

2.- **LA IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS FINTECH Y SISTEMAS DE PAGO** que posibiliten el uso de diversos métodos de pago se torna indispensable. Además de simplificar las operaciones, estas herramientas brindan seguridad y transparencia. Un ejemplo destacado es Alipay, el servicio de pago a través del dispositivo móvil más utilizado en China. Permite realizar pagos tanto en establecimientos físicos como en comercios en línea en este país asiático, abarcando servicios, aplicaciones de transporte, entre otros, sin necesidad de llevar consigo tarjetas bancarias o efectivo.

3.- **LAS HERRAMIENTAS DE TRADUCCIÓN SIMULTÁNEA**, cada vez más sofisticadas, son fundamentales en cualquier empresa. Facilitan la comunicación en cualquier idioma sin requerir un conocimiento profundo del mismo. De esta manera, es posible sostener conversaciones en chino, por ejemplo, directamente desde plataformas como WhatsApp o WeChat.

4.- **ASISTENCIA Y CAPACITACIÓN**, aprovechar los motores que nos ponen a la disposición tanto google como microsoft, para poder interactuar con sus plataformas en ambos ambientes, Machine

Learning y AI. De esta forma el usuario, el microempresario, podrá familiarizarse e incorporar gradualmente estas herramientas fundamentales.

Ahora si, hablemos de ALGUNAS herramientas de Inteligencia Artificial (IA) funcionales para las empresas:

- **Chat GPT:** Esta herramienta procesa y genera respuestas para una amplia variedad de preguntas, ofrece recomendaciones e incluso responde a órdenes. Es capaz de generar propuestas sólidas de documentos, incluida la corrección de estilo. Aunque es necesario que el talento humano revise estas propuestas, constituye un excelente punto de partida.
- **Chat bots:** Son programas informáticos que utilizan Inteligencia Artificial (IA) y Procesamiento Natural del Lenguaje (PNL) para comprender las preguntas de los clientes y automatizar respuestas, simulando una conversación humana.
- **Plataformas de diseño:** Estas facilitan la creación de imágenes y videos, ofreciendo respuestas excepcionales para la generación de contenido en redes sociales y material publicitario.
- **Asistentes virtuales** para reuniones de trabajo: Estos asistentes no solo transcriben lo conversado durante las reuniones, sino que también generan minutas con los asuntos más relevantes.
- **“Personal disponible las 24 horas”:** Servicio las 24 horas": Tienes a tu disposición un recepcionista virtual disponible durante todo el día, encargado de programar reuniones y recopilar información.

Además, existen modelos e influencers generados por inteligencia artificial. Al no ser personas físicas, la empresa se libera de gastos asociados como comida, transporte y sueldos, permitiéndole tener su propio influencer promocionando la marca. Un ejemplo notable es "Aitana", una influencer española cuyo perfil puede sorprenderte al descubrir que no es una persona real.



fit_aitana

En conclusión, es imperativo para las empresas se involucren en el ecosistema de la “Deep Tech” incorporar procesos de “Machine Learning” y la inteligencia artificial (IA) para capitalizar sus beneficios en eficiencia, automatización, resolución de problemas, reducción de costos y generación de información para la toma de decisiones. Estoy segura de que la colaboración entre la inteligencia

artificial y el talento humano conducirá a resultados significativos para aquellas empresas que se adapten a estas innovadoras soluciones.

Recuerda: La supervivencia empresarial no está determinada por la fortaleza, sino por la capacidad de reacción y adaptación ante los cambios.

Por: Lucero Itziar Carreón

VPN de Relaciones Institucionales de Canacintra y VPN de Vinculación empresarial de la ADIAT.